

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación
y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

TESIS MONOGRAFICA

***Aproximación al desarrollo de la gastronomía
en medios impresos argentinos 1985–2006***

*Historia, evolución y auge del arte de preparar una buena comida
en los principales diarios y revistas de nuestro país*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Realizado por: Diego Gaona

Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Erica M. Walter
Tutor designado de la tesis monográfica: Prof. Norberto Beladrich
Asignatura: Seminario de Investigación Periodística

Lugar y fecha: Buenos Aires, abril de 2007.
Dirección electrónica del alumno: diego_gaona@hotmail.com
Teléfonos del alumno: 4803-9654 // 15-5153-2206

ABSTRACT:

En *Aproximación al desarrollo de la gastronomía en medios impresos argentinos 1985-2006*, Diego Gaona presenta la historia, la evolución y el auge del arte de preparar un buen plato a lo largo de veintiún años, en los principales diarios y revistas de nuestro país.

Sorprendido por el rápido crecimiento que tuvo la gastronomía durante las últimas décadas, Gaona centralizó su trabajo en determinar cómo los medios en general y las publicaciones impresas en particular, acompañaron a esa expansión.

El propósito de *Aproximación...* es comprobar que el público ejerció una demanda de nuevas secciones sobre gastronomía en las revistas y diarios de *Clarín* y *La Nación*.

En un comienzo, existieron los restaurantes y comercios de cocina, sobre los cuales la gente empezó a interiorizarse, y con el tiempo, estos establecimientos gastronómicos necesitaron de los medios de comunicación para dar a conocer sus propuestas.

Como conclusión de este trabajo, se establece que fue el público el que empezó a informarse y a interesarse cada vez más sobre gastronomía y a demandar contenidos sobre cocina a los medios de comunicación.

Así, diarios y revistas supieron aprovechar astutamente esta oportunidad comercial que les abrió el arte de preparar una buena comida, incorporando progresivamente la gastronomía en sus publicaciones. Esto derivó en un *boom* de la cocina en los medios.

La investigación, por carecer de antecedentes en la materia, fue realizada a partir de un trabajo de campo en medios impresos de los años 1985, 1995, 2002 y 2006, y estuvo apoyada en entrevistas a los principales -y primeros- periodistas gastronómicos y editores de revistas de nuestro país.

Aproximación... sirve como punto de partida para futuras investigaciones sobre la compleja relación que existe entre la gastronomía y los medios de comunicación.

Palabras claves: *gastronomía – periodismo gastronómico – cocina*

A mi futura mujer Josefina; a mi familia, amigos y profesores



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

AGRADECIMIENTOS:

- Autoridades de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador.
- Tutor de tesis Prof. Norberto Beladrich.
- Elisabeth Checa, periodista gastronómica.
- Dereck Foster, periodista gastronómico.
- Jorge Lafauci, periodista.
- Fernando Vidal Buzzi, periodista gastronómico.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice general

Abstract	1
Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Índice general	4
Introducción	5
Historia de la gastronomía	9
Desarrollo.....	16
<i>De la comunicación de masas a la Era de la Información.....</i>	<i>16</i>
<i>La gastronomía a partir de 1950.....</i>	<i>19</i>
<i>Del bife de chorizo con fritas a las comidas étnicas.....</i>	<i>21</i>
<i>Globalización gastronómica.....</i>	<i>23</i>
<i>Un poco de economía.....</i>	<i>24</i>
<i>2006: Una odisea en el espacio gastronómico.....</i>	<i>27</i>
<i>Crítica gastronómica.....</i>	<i>29</i>
<i>Red de redes en la cocina.....</i>	<i>32</i>
<i>Análisis de notas gastronómicas 1985, 1995, 2002 y 2006.....</i>	<i>33</i>
<i>Conclusión, ¿Demanda del público lector?</i>	<i>51</i>
Bibliografía.	56
Glosario de términos gastronómicos.....	57
Apéndice / Entrevistas realizadas por Diego Gaona	60
Dereck Foster	60
Elisabeth Checa	68
Fernando Vidal Buzzi	73
Jorge Lafauci	83
Anexo. Recortes periodísticos de 1985, 1995, 2002 y 2006	87
Edición electrónica en CD-Rom.....	88

INTRODUCCION:

Aproximación al desarrollo de la gastronomía en medios impresos argentinos 1985 – 2006

*Historia, evolución y auge del arte de preparar una buena comida
en los principales diarios y revistas de nuestro país*

Por Diego Gaona, 2007.

En 1985, la gastronomía ocupaba sólo media página de la revista del domingo de *La Nación*; y en *Clarín*, apenas un poco más.

El 4 de junio de 2006 la cocina llegó a irrumpir con 19 páginas más la portada de la revista de *La Nación* y hoy cuenta con un suplemento especial de 8 páginas todos los jueves en *Clarín*.

Los fines a los cuales se intentará llegar con la presente investigación son los siguientes:

1. Explicar el por qué del surgimiento y crecimiento de nuevas revistas y secciones de diarios especializadas en gastronomía.
2. Relacionar el punto anterior con el contexto económico que abrió un nuevo espacio para la cocina en los medios de nuestro país.
3. Investigar sobre la evolución de los periodistas especializados en el tema.
4. Determinar aspectos de las tendencias de la demanda de esas publicaciones.

Será un análisis sobre la evolución de la gastronomía en los diarios *Clarín* y *La Nación*. Se tomarán los aspectos profesionales del cambio a través de los medios de comunicación, específicamente en la prensa escrita, tales como la forma de escribir; la

presentación de los autores; la variación en el diseño de las notas; la evolución en el tratamiento de las materias primas, su utilización y conocimiento.

Se estudiará la relación entre la forma de comunicación y el agente receptor de diarios y revistas y los cambios sufridos durante el plazo indicado, además de los fundamentos del arte de preparar una buena comida y su evolución en las notas periodísticas.

A partir de una breve referencia histórica sobre la gastronomía y de un análisis de artículos periodísticos, se presentarán los principales puntos sobre el desarrollo de la cocina en medios impresos argentinos durante los años sugeridos en el título de este trabajo.

Asimismo se expondrán las causas, las referencias teóricas y los sucesos de la realidad que justifican la investigación.

Como cuestionamientos para comprender este punto, se sugiere:

- ¿Qué es la gastronomía? Breve aproximación.
- ¿Por qué creció y se desarrolló tanto en los medios de comunicación social?
- ¿Qué elementos motivaron a que editores, directores de medios y productores, vieran en la cocina un espacio nuevo que cobró igual o más importancia que otras secciones?
- ¿Qué factores particulares llevaron al auge de la gastronomía en diarios, revistas y otros soportes a tener el protagonismo de hoy en nuestro país?

En los últimos años, con la apertura del mercado hacia la importación de materias primas y productos ya elaborados –como pastas, aceites y carnes especiales, condimentos, hierbas, bebidas, etc.-, la cocina empezó a cobrar un protagonismo que los especialistas nunca imaginaron.

También se importaron técnicas y docentes que antes enseñaban en Europa, lo que permitió que surgieran varias escuelas de cocina, hotelería y polos gastronómicos como Palermo Hollywood, Puerto Madero, Las Cañitas, Barrancas de Belgrano, San Telmo, Pilar, que encontraron sustento a lo largo del tiempo por un ambiente propicio para las inversiones

en el rubro y una buena demanda del público que empezaba a cultivarse y a consumir estos productos gourmet.

Todo este éxito de la gastronomía tuvo que plasmarse en los medios de comunicación. Surgieron entonces innumerables revistas, se desarrollaron y redefinieron las que existían desde mediados de los `80, y se crearon espacios especializados en los diarios *Clarín* y *La Nación*, especialmente en sus publicaciones dominicales.

También se lanzaron al mercado en estos años numerosos fascículos y libros escritos por prestigiosos profesionales de la cocina. Asimismo el tema cobró un protagonismo considerable en radios y canales de televisión, que en este trabajo no será analizado porque acotaré mi campo de estudio a los medios impresos.

Un factor para destacar, es ver cómo influyó la crisis de 2001 con el cierre prácticamente absoluto a las importaciones y comprender cómo la gastronomía se volcó hacia el interior de nuestro país: se empezaron a usar materias primas nacionales en reemplazo de las extranjeras; se comenzó a fabricar todo tipo de producto que sustituyera a los anteriores; y se abrió un nuevo horizonte hacia la producción, el consumo y la exportación de artículos nacionales gourmet.

El propósito de *Aproximación...* es comprobar que el público ejerció una demanda de nuevas secciones sobre gastronomía en las revistas y diarios de *Clarín* y *La Nación*.

En el desarrollo de la presente investigación, se establece que, en un comienzo, existieron los restaurantes y comercios de cocina, sobre los cuales la gente empezó a interiorizarse, y con el tiempo, estos establecimientos gastronómicos necesitaron de los medios de comunicación para dar a conocer y expandir sus propuestas.

Como conclusión, se afirma que fue el público el que comenzó a informarse e interesarse cada vez más sobre gastronomía y a demandar contenidos sobre cocina a los medios de comunicación.

Así, diarios y revistas supieron aprovechar astutamente esta oportunidad comercial que les abrió el arte de preparar una buena comida, incorporando progresivamente la gastronomía en sus publicaciones. Esto derivó en un *boom* de la cocina en los medios.

La investigación, por carecer de antecedentes en la materia, fue realizada a partir de un trabajo de campo en medios impresos de los años 1985, 1995, 2002 y 2006, y estuvo apoyada en entrevistas a los principales -y primeros- periodistas gastronómicos y editores de revistas de nuestro país.

Aproximación... sirve como punto de partida para futuras investigaciones sobre la compleja relación que existe entre la gastronomía y los medios de comunicación.

